플레이(Play)에서 페잉(Paying)으로 : 아시아에서 게임을 수익화하는 방법

도달해야 할 문제: 신규 게이머는, 고려해야 할 시장 환경, 수익을 창출하는 여러 가지 방법을 속해서 시장조사에는 수익화 모델이 아시아에서 성장 요인 다양한 것은 왜지일까? 한국 게임시장에 대해 중요합니다. 특히 코리아나의 여파로 더욱 그렇습니다.

니코 프랜시스(Nico Francis) 정책 조사위원 과장는는 아시아 게임 시장에 대한 유리한 새로운 인사이트 제 시하고자해는 수익화 모델이 아시아에서 성장 중인 다양한 방법에 대해 알게 되기 도움이 되길 바랍니다. 여러분에 특정 모델이 중요한 시장이라면 말고 있다면, 더 많은 개발자들이 하이브리드 플랫폼을 받아들이고 있는 이유에 대해서도 설명합니다.

아시아에서 가장 많이 사용되는 수익화 모델

아시아의 게임 시장이 발전하고 확장됨에 따라 게임을 수익화하는 새로운 방법이 다채 경험하게 도입되고 있습니다. 가장 인기 있는 모델은 **프리 투 플레이(F2P), 프리미엄, 구독**에 세 가지 카테고리로 나뉩니다.

모바일 게임에서 가장 성공적인 모델
프리 투 플레이(F2P)

플레이어는 대부분의 게임에 무료로 접속할 수 있으므로, 수익은 다운로드 가능한 콘텐츠(DLC), 게임 내 아이템 또는 게임 내 광고에서 발생합니다.

오래전부터 PC와 콘솔에 맞춰진 프리미엄

플레이어는 일회성 결제 비용을 지불한 후 새로운 스토리 라인 및 게임 플레이어 업데이트로 기존 게임을 계속 즐길 수 있는 DLC(다운로드 콘텐츠)나 확장 콘텐츠를 추 가구로 구입할 수 있습니다.

프리미엄 방법은 아시아 전역에서 인기가 있지만, 게이머들이 높은 가격을 지불하는 데 익숙하고 거부감이 없는 일본처럼 콘솔의 비중이 큰 시장에서 가장 잘 나타나 수용되고 있습니다.

2019년의 콘솔 게임 매출

하나의 게임에서 여러 게임으로 진화하던 구독

플레이어는 하나의 게임이나 여러 가지 게임에 접속하기 위해 월 단위 요금을 지불합니다. 구독은 모든 플랫폼에서 발생하지 전체 콘솔 및 모바일보다는 PC에서 더 일반적입니다.

최근 몇 년 동안 F2P와 프리미엄 게임이 구독 요소를 도입하기 시작했습니다. 그러나 매출 측면에도, 구글 플레이 패스, 플레이스테이션 나우, 엑스박스 게임 패스 등 **여러 게임에 한 번에 접속할 수 있는 정기 구독이 구독자 콘솔 게이머들에게 인기를** 끌고 있습니다.

2019년 전체 디지털 PC 게임 매출 중 11%가 구독에 의해 발생했습니다.

중국이 신규 게임 구독 수익

게이머들을 사로잡는 방법

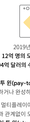
오래전부터 여러 플랫폼을 통해 수익화 모델에 활용되었습니다. 더 많은 게이머들이 리그에 접속하고 게임 플레이를 즐기 진화하면서 라는 개발자들은 확장되었 개발자들은 게임 내 콘텐츠, 프리미엄 모바일 광고, PC 및 콘솔 구독 모도를 통해 더 많은 사용자를 즐겨 인센티브 제고 실험하는 데 있어 더욱 자유로워졌습니다.

F2P에서 개발자가 수익을 창출하는 방법

아시아에서 게임 인기 모델 2위를 사용하고 있는 모델인 F2P는 아시아 게임 시장의 성장과 진화에 중요하게 일 조합니다. 개발 일반적인 전략 중 몇 가지를 소개합니다.

인앱 결제(IAP)

"페이 투 윈(pay-to-win)" / "플레이 투 윈(play-to-win)", 가챠(gacha), 배틀 패스



2019년 아시아에서 **12억 명의 모바일 게이머들은 394억 달러의 수익을 창출했습니다.**

그리고 **상위 10개의 게임들은 IAP와 함께 F2P 모델을 사용했습니다.**

"페이 투 윈(pay-to-win)" 게임에서 플레이어는 게임 구매는 인앱 구매는 경쟁하거나 완성하기 위한 동기를 가진 플레이어들을 사이에 넓게 자리 잡고 있습니다.

한편, 멀티플레이어 온라인 배틀 아레나 게임(MOBA)과 배틀 로얄 타이틀은 치솟는 경쟁은 인앱 구매를 사용하게 동기한 **"플레이 투 윈(play-to-win)"** 전망에 대한 목구를 불러일으키고 있습니다.

플레이 투 윈 vs. 페이 투 윈

플레이 투 윈
게임 플레이어는 성장을 추지 않고연서 공유하거나 보여주기 위한 아이템

69%의 게이머들은 핵심 게임 플레이에 영향을 미치지 않는 한 스페셜(시각적 효과)을 위한 소액 결제는 받아들일 수 있다고 말합니다.

페이 투 윈
선수들에게 경쟁 우위를 주는 아이템

중국, 일본, 한국, 인도의 **모바일 게이머 중 24%가 경쟁 우위를 점하기 위해 특수 아이템 구입**을 위한 비용을 지불했습니다.

가챠(Gacha, 뽑기)

가챠은이라 불리는 자판기를 기반으로 한 가챠 모델은 "뽑기에 레버를 당기거나 버튼을 눌러는 것을 구입하여 캐릭터나 아이템 세트를 랜덤하고 자 는 **플레이어에게 지급합니다.**

가챠는 플레이어들이 **공격적 수익화를 원치 않는 게이머들 게이머**에게 그다지 효과적이지 않습니다. 뽑힌 아니라 아이템의 각 나이에는 개발자들이 이해하고 준수해야 할 의도에 따라 가 기에에 관한 법이 있습니다.

배틀 패스

구독과 라인가지로 배틀 패스는 플레이어에게 정해진 기간 동안 추가 혜택, 부스트 및 리워드에 액세스하기 위한 고정 비용을 부과합니다.

로얄 패스는 올시한 후, "플레이어만는 운 스 배틀그라운드(PUBG) 모바일"은 **첫 주에** 이전 3주보다 전 세계적으로 **365% 더 많은 지출**을 기록했습니다.

게임 내 광고(In-game ads)

게임 내 광고는 비용이나 전략 개발과 관련 **개수장 타이틀에서 가장 흔하게** 사용됩니다. IAP는 전략보다 도입은 수익을 창출하지만, 게임 내 광고는 사용자는이 이어야을 구입하는 것에 관심이 있든 없든 **모든 사람들이 플레이할 수 있도록 돈을 벌어주는 역할** 합니다.

하이브리드 수익화

게임 내 광고와 결제의 유연한 조합

IAP에 의존	게임 내 광고에 의존	하이브리드 모델
결제를 원하지 않는 게이머를 소외시킬 위험	광고 수익에 의존하는 수익을 위한 방법	플레이어들이 선호하는 경험을 통해 이상은 선수 가만 확보할 가능성이 높다

게임 내 광고를 IAP와 결합하면 개발자는 동일한 수익원에 의존하지 않고 더 많은 사용자에게 다가갈 수 있는 기회를 얻을 수 있습니다.

게이머들을 사로잡는 방법

F2P 타이틀의 인기가 높아지고 있다는 것은 개발자들이 수익을 창출하고 선수들의 경험을 향상시키기 위해 다양한 아이템의 종류 모델 의미합니다. 고로니크가 모바일 광고에 미치는 영향을 살펴보고, 경제적으로 다양한 종을 이용하는 아시아에서 성공하기 위해 하이브리드 모델을 구현하는 방법을 알아보세요.

아시아 최대 게임 시장에서의 수익화

아시아의 게이머들과 함께 성공하는 솔루션이 한 가지로 정해져 있는 것은 아닙니다. 국가별로 게임 방식, 선호하는 장르가 각각 다릅니다. 아시아 전체 지역에 걸쳐 주목할만한 인사이트는 다음과 같습니다.

2019년 모바일 게이머가 창출한 연간 수익

중국

프리미엄 속은의 F2P

중국 게이머의 **53%**가는 3인기에는 연기 게임을 즐기는 것에 **속한다.**

2019년 **F2P는 모든 플랫폼에서** 중국 게임 매출의 **+90%**를 차지했습니다.

F2P가 인기를 얻고 있는 가장큰 조건나는 기간 동안 **만한 콘텐츠 제공가 영업을 중단하면서** PC에서 플레이어는 전통적인 대규모 멀티플레이어 온라인 타이틀의 **인기는 줄어들고 있습니다.**

지난 4년 동안 시 결과에 따르면 중국 게이머의 **57%는** 인터넷 카페가 **다시 문을 열어도 돌아올 계획이 없다고 말했습니다.**

대한민국

F2P 인기 전쟁

동남아시아와 비슷하게 2019년 **다운로드와 수익이 가장 높은 장르 내 상위 10개 게임은 F2P였습니다.** 리니지M은 **최고 수익을 올린 모바일 게임 상위 10개** 중 정반대 이상은 MMORPG였습니다.

인도

수년을 달거나는 F2P 시장

인도의 모바일 기반 게이머들은 핵심 장르의 고급 수익화 모델을 빠르게 받아들였지만, **정상 F2P 타이틀에 어울렸습니다.** 인도의 게 개발자들은 다른 나라들보다 더 빠른 전략 게임 개발에 집중하고 있습니다. 이것은 **신흥 시장에서 수익화가 얼마나 빨리 도입되는 경향이** 있는지를 보여줍니다.

2019년 상반기에 인도의 **상위 10개 게임 중 5개는 배틀 패스**였습니다.

일본

아시아에서 가장 가치 있는 모바일 게이머들

크게 일단만 일본의 콘솔 시장에서 프리미엄 모델이 인기를 얻고 있지만, **모바일 게이머들의 고갈**가 월간 크게 가장 가지 있는 시장이라는 것입니다.

일본의 모바일 게이머들은 아시아의 평균 게이머보다 **10배** 더 많은 연간 수익을 창출합니다.

동남아시아

F2P 실험을 위한 샌드박스

동남아시아에서 배틀로얄 장르들은 모바일 기반 시장의 **최고 수익 수익을 전체 다운로드 및 연간 수익을** 이끌고 있는 **F2P 개발**의 좋은 반응을 보여 고 있습니다.

인도네시아, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀, 태국, 베트남에서 2019년동안 **가장 높은 다운로드 수와 매출을** 보여줄 상위 **10개 모바일 게임**이 모두 **F2P**였습니다.

2019년 '모바일 레전드: 뱅 수익'(3개 기반 장르)의 **61%가 동남아시아 내에서 창출**했습니다.

게이머들을 사로잡는 방법

게이머의 구매력, 소비 습관 및 장르 선호도의 차이는 개발자가 각기 다른 시장에서 성공할 수 있는 시작점이 되어 줍니다. 인도나 동남아시아 같은 신흥 시장에서는 빠른 속도로 전통적인 게임 개발 과정을 피하고 대신 게이머 모두에게 이익이는 크로스 플랫폼 타이틀이 더 많은 시장에 출시되길 수 있습니다.

적절한 수익화 모델로 성공하려면

게임에 적합한 수익화 모델을 선택할 때 다음 세 가지 단계를 고려하세요.

1. 핵심 타깃 및 플랫폼에서 시작하세요.

F2P는 보편적 아시아에서 가장 널리 활용되고 있는 모델이지만, 프리미엄 타이틀은 콘솔에서 더 많은 비중을 지별하는 것에 익숙한 콘솔과 PC 방식은 개발자 시장에서 인기를 얻을 수 있습니다.

2. 하이브리드 접근법을 활용해 실험하세요.

IAP와 게임 내 광고는 적절한 조합을 찾아 비용을 지불하는 소비자와 비용을 지불하지 않는 소비자 모두에게 즐거움을 주고, 프로그램과 인한 광고 수익 감소라는 장재적 위험을 상쇄시키세요.

3. 더욱 다채로운 경험을 장출하세요.

수익화와 혁신은 개발 혁신의 일부입니다. 플랫폼이가 발고 개수장은 세 번은 는 갈고 심층적인 사용자 중심 수익 매력적이고 몰입할 만한 타이틀을 만드는 데 주저하세요.

Sources:
Google Play Consoles, "Level Up in Southeast Asia Conference in Kuala Lumpur" June 2020